



УДК 008(=161.2)"1991/2021":304.4-048.67(477)  
DOI <https://doi.org/10.15407/nz2021.03.593>

## ІВЕНТ-ЗАХОДИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ (1991—2021)

Наталія ДАНИЛИХА

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3363-6198>

кандидатка історичних наук, доцентка,  
Львівський національний університет імені Івана Франка,  
кафедра соціокультурного менеджменту,  
факультет культури і мистецтв,  
вул. Валова, 18, 79000, м. Львів, Україна,  
e-mail: [natalia.danylykha@ukr.net](mailto:natalia.danylykha@ukr.net)

Інна ПАХОЛОК

ORCID ID: <https://orsid.org/0000-0001-9929-8166>

кандидатка історичних наук, старша викладачка,  
Львівська філія Київського національного  
університету культури і мистецтв,  
кафедра адміністративного забезпечення соціокультурної сфери,  
Відокремлений підрозділ,  
вул. Кушевича, 5, 79019, м. Львів, Україна,  
e-mail: [paholok.inna@ukr.net](mailto:paholok.inna@ukr.net)

*Мета дослідження* полягає в тому, аби з'ясувати роль івент-заходів в аспекті популяризації національної культури. *Джерельною базою* послужили праці таких вітчизняних та зарубіжних вчених, як С.В. Кульчицький, В.А. Греченко, Н.М. Демиденко, Н.В. Чеботок, Д. Дорошенко, які досліджували вплив івент-заходів на популяризацію національної культури. Під час проведення дослідження використовувалися такі *методи*, як: історико-правовий, індукція, дедукція, метод порівняльного аналізу, формально-догматичний метод, системно-структурний та інші. Комплексне використання різноманітних методів та підходів дало змогу скласти повну та об'єктивну картину ролі та значення івент-заходів як інструменту популяризації національної культури. *Результати дослідження* можуть підвищити попит на проведення івент-заходів в Україні у зв'язку з їх здатністю впливати на популяризацію національної культури. Практичне значення результатів дослідження виявляється також у використанні їх закладами культури, підприємствами, установами та організаціями, з метою проведення івент-заходів, спрямованих на популяризацію національної культури.

**Ключові слова:** проект, захід, івент-захід, національна культура, івент-індустрія, івент-технологія, пандемія, карантин.

Nataliia DANYLYKHA

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3363-6198>

Ph.D. of Historical Sciences, Associate Professor,  
Ivan Franko National University of Lviv,  
Department of Socio-Cultural Management,  
Faculty of Culture and Arts,  
18, Valova street, 79000, Lviv, Ukraine,  
e-mail: [natalia.danylykha@ukr.net](mailto:natalia.danylykha@ukr.net)

Inna PAKHOLOK

ORCID ID: <https://orsid.org/0000-0001-9929-8166>

Ph.D. in Historical Sciences, Senior Lecturer,  
Senior Lecturer,  
Lviv Branch of the Kyiv National University  
of Culture and Arts,  
Department of administrative support for  
social and cultural affairs Separated Subdivision,  
5, Kushevich Street, 79019, Lviv, Ukraine,  
e-mail: [paholok.inna@ukr.net](mailto:paholok.inna@ukr.net)

## EVENT-ACTIVITIES AS THE PROMOTION TOOL OF NATIONAL CULTURE (1991—2021)

For centuries, Ukrainians have created their own original culture, inheriting the cultural values of their ancestors, adopting and creatively comprehending the heritage of other peoples. In this way, they have made a significant contribution to the world's treasury. Ukraine's independence, the development of an independent state, the growth of the nation's self-consciousness and the complex process of transition to a new society at the turn of the epochs require new coverage of cultural problems, open new horizons for the development of Ukrainian culture. All this has led to a growing interest in the history and problems of Ukrainian culture, which is not sufficiently satisfied, because the features of Ukrainian culture are studied in fragments. *The relevance* of the research topic lies in the need to systematize scientific knowledge and views on event-activities in connection with their ability to influence the promotion of national culture, which is important for Ukraine in modern conditions. *The purpose* of the study is to find out the role of event-activities in the aspect of the promotion of national culture. *The source base* are works of such native and foreign scholars as S.V. Kulchytsky, V.A. Grechenko, N.M. Demidenko, N.V. Chebotok, D. Doroshenko, who studied the impact of event-activities on the promotion of national culture. During the study, the following methods were used: historical and legal, induction, deduction, method of comparative analysis, formal-dogmatic method, system-structural and others. Comprehensive use of various methods and approaches allowed to create the most complete and objective picture of the role and the importance of event-activities as the promotion tool of national culture. *The results* of the study may increase the demand for event-activities in Ukraine due to their ability to influence the promotion of national culture. The practical significance of the results of the study is also manifested in the use of their cultural institutions, enterprises, institutions and organizations, in order to conduct event-activities aimed at promoting national culture.

**Keywords:** project, event, event-activities, national culture, event-industry, event-technology, pandemic, quarantine.

**Вступ.** Українці впродовж віків творять самобутню культуру. Здобуття Україною незалежності 1991 р. посприяло зростанню самосвідомості нації, і цей досить складний процес еволюції суспільства вимагав нового погляду на культурологію. Це в свою чергу зумовило зростання інтересу до історії. Сьогодні в Україні набирає обертів розвиток ринку проведення різного роду подій (культурних, спортивних), ділових заходів, а також подій, які мають важливе значення для формування громадянського суспільства на засадах демократії, гармонізації індивідуального й суспільного та мають здатність популяризувати національну культуру. *Актуальність теми дослідження* полягає в необхідності систематизації наукових знань та поглядів з проведення івент-заходів у зв'язку з їх здатністю впливати на популяризацію національної культури, що є важливим для України в сучасних умовах. *Мета дослідження* полягає в тому, аби з'ясувати роль івент-заходів в аспекті популяризації національної культури. *Джерельною базою* стали праці таких вітчизняних та зарубіжних вчених, як С.В. Кульчицький, В.А. Греченко, Н.М. Демиденко, Н.В. Чеботок, Д. Дорошенко, які досліджували вплив івент-заходів на популяризацію національної культури. Під час проведення дослідження використовувалися такі *методи*, як: історико-правовий, індукція, дедукція, метод порівняльного аналізу, формально-догматичний метод, системно-структурний та інші.

Комплексне використання різноманітних методів та підходів дало змогу скласти повну та об'єктивну картину ролі та значення івент-заходів як інструменту популяризації національної культури. *Результати дослідження* можуть підвищити попит на проведення івент-заходів в Україні у зв'язку з їх здатністю впливати на популяризацію національної культури.

Практичне значення результатів дослідження виявляється також у використанні їх закладами культури, підприємствами, установами та організаціями з метою проведення івент-заходів, спрямованих на популяризацію національної культури.

**Основна частина.** Першими заходами в історії людства, ймовірно, слід визнати стародавні громадські та релігійні ритуали: посвята в воїни, вибори вождя, святкування вдалого полювання, жертвопринесення. Отже першими організаторами заходів були шамани — ті, хто знав і створював ритуали.

З часом заходи ставали все вишуканішими і складнішими. З'явилися загальноміські та державні свята, стали проводитися коронації, масштабні релігійні дійства, що охоплюють цілі континенти тощо. Життя простих людей теж не обходиться без заходів: ми святкуємо дні народження і весілля, влаштуємо річницю і ювілей [20, с. 521].

В Україні івент-індустрія бере свій початок з 90-х рр. ХХ століття. Так історично склалося, що івент-захід виділився в самостійну сферу лише за останні двадцять років. Стрімкий розвиток був викликаний відповідністю потребам людей, які у всі часи мали бажання стати частиною подій, здобути нові враження, мали вплив на їх хід та отримали радісне відчуття причетності до чогось більшого.

Наприклад, Г.В. Олексюк, І.В. Ангелко, Н.С. Самотій у своїй науковій статті «Івент-індустрія: розвиток та проблеми в Україні» пишуть про те, що до визначення сутності поняття «івент-захід» слід підходити комплексно, аналізуючи, зокрема, й поняття «івент-індустрія» та «івент-технологія» [13].

На думку зазначених дослідників івенти представляють собою заплановані соціально-суспільні події (заходи), які можуть проходити як розважальні чи рекламні вистави, які відбуваються на відповідних сценах, спортивних аренах, у спеціально облаштованих залах, презентаційних майданчиках, конференц-приміщеннях та інших локаціях.

Такі івент-заходи проводяться у конкретно визначений час, мають визначену мету та завдання та спрямовані на створення позитивного резонансу для суспільства. [21, с. 27]. Автори зазначають, що івент-захід, який став справжньою подією, може сприяти досить тривалому збереженню ефекту його впливу.

В свою чергу, івент-індустрія є діяльністю підприємств, установ та організацій, що пов'язується безпосередньо з організацією подій. Івент-індустрія є сферою можливостей та виступає нескінченим простором як для професійного, так і для особистісного розвитку, підвищує культурний рівень осіб, які беруть в ньому участь. Тому дуже важливим є вміння організаторів відтворити унікальне середовище, атмосферу, максимально занурити в неї відвідувачів, а також залучити їх до цього дійства. Відповідно івент-індустрія потребує належним чином підготовлених фахівців, наявності технічних засобів, досконалої маркетингової складової та фінансових, ма-

теріальних, інтелектуальних ресурсів. Наприклад, в івент-індустрії України зі щорічним оборотом у 2 млрд грн залучено близько 250 тис. людей. Таким чином, можна стверджувати, що український івент-ринок є досить конкурентоспроможним [8, с. 39].

І, зрештою, івент-технологія є трансформацією заходу за допомогою використання певних допоміжних, креативних, інноваційних ефектів у виняткову подію з точки зору відвідувачів, організаторів та виконавців. Базисом успіху івент-технологій виступають нерозривні дії, які мають бути наперед сплановані, далі — синхронізовані та блискуче виконані. Головним аспектом є саме організація й злагоджена робота персоналу в усіх напрямках, надійність технічних засобів, доступність різноманітних послуг, які забезпечують комфорт та сприйняття учасниками.

Слід зазначити, що дослідниця Н.А. Андріанова надає дещо різні змістові відтінки поняттям «івент» та «захід». Зокрема, вона пише про те, що слово «івент», згідно з англо-російським словником В.К. Мюллера, перекладається як: 1) подія; 2) випадок, захід; 3) результат; 4) номер (в програмі змагань); 5) змагання з певного виду спорту. В свою чергу, термін «захід» позначає собою організовану дію або сукупність дій, які спрямовані на здійснення певних цілей [1].

І. Юдакова зазначає також про те, що слово «івент» має англійське походження та може розумітися в багатьох аспектах, зокрема в соціально-культурному, технічному і навіть філософському. Загалом же визначає івент-захід як заплановану соціально-суспільну подію, або захід, який відбувається в конкретно визначений час, має певну мету та має певний резонанс для суспільства [9, с. 271].

Досить цікавою є твердження О.М. Радіонової, що «поняття івент віддзеркалює не якусь об'єктивно вимірювану якість, а саме винятковий характер певного заходу чи події, яка сприймається суб'єктивно. Івент може виникнути у свідомості та почуттях лише тих осіб, які його переживають». Крім того, авторка у своїй роботі зазначає й інші визначення івенту. Наприклад, Р. Джані, який є керівником парку розваг Уолта Діснея, говорив про те, що «заходи представляють собою те, що суттєво є відмінним від буденного життя». Д. Голдблатт, який є одним із івент-гуру, говорив, що «івент-захід є унікальним відрізком часу, який проводиться за допомогою ви-

користання ритуалів і церемоній і має на меті задоволення особливих потреб» [16, с. 34].

На основі усього цього можна узагальнити та визначити івент-заходи як заплановану соціально-суспільну подію (захід), яка відбувається в певний час, має певну мету й резонанс для суспільства.

Слід зазначити, що в науковому полі є декілька критеріїв, за якими можна класифікувати усі івент-заходи, зокрема найбільш популярними є класифікація за розміром і масштабом проведення та за змістом. Зокрема, дослідниця Н.А. Андріанова всі івент-заходи поділяє на ділові, святкові, розважальні, PR-заходи, incentive-заходи [1].

Слід звернути увагу на те, що О.А. Хитрова та Ю.Ю. Харитонова надають також своєрідну класифікацію івент-заходів, якою передбачено їх поділ на дві категорії: B2C — всі івент-заходи, які розраховуються на масову цільову аудиторію (так званого масового споживача), до яких належать корпоративні свята, спортивні змагання, фестивалі, концерти, виїзні заходи, та B2B — івент-заходи ділового характеру, до яких, в свою чергу, належать конгреси, конференції, форуми; симпозиуми, круглі столи, семінари; презентації, тренінги, майстер-класи; прес-конференції, бізнес-сніданки; мотиваційний івентуризм [21, с. 27—31].

Якщо звернутись до поняття «національна культура», то вона, національна культура, є поєднанням загальнолюдського та етнічно неповторного, національно особливого [19, с. 375]. Українці віками створювали свою самобутню культуру, успадковували культурні цінності своїх попередників, переймали та творчо осмислювали надбання й інших народів. Таким чином український народ не тільки розвивав національну культуру, а й зробив значний внесок у скарбницю світової культури [5, с. 218].

Особливими рисами, які властиві українській культурі є саме відкритість, стабільність, здатність сприймати та українізувати різноманітні культурологічні впливи. Завдяки зазначеним особливостям національна культура України потягом своєї історії двічі змогла відродитись та вберегти духовний генофонд нації в умовах колоніального гніту.

Слід зазначити, що нині одним з інструментів популяризації національної культури є саме івент-заходи. І. Юдакова підкреслює, що саме такий різновид івент-заходів як культурні мають здійснювати

популяризацію національної культури. Дослідниця зазначає, що театралізація івент-заходів в Україні наразі відбувається не досить стрімко, як проведення деяких інших івентів. Проте протягом останніх п'яти років можна простежити певний розвиток театралізації івент-заходів в Україні. До українських театралізованих івент-заходів можна віднести наступні:

- проект «Наше Різдво», що є музичним театралізованим дійством. Цей фестиваль був створений компанією «Фільм-плюс продакшн» з метою відновити в серцях українського народу відчуття того, що національні колядки та традиції є найкращими. Крім того, однією із цілей проекту «Наше Різдво» є надати Різдву відчуття сучасності;

- театралізована постановка «Масляничний вертеп», що була озвучена древньослов'янською мовою та в якій брав участь кінно-трикувий театр «Парку Київська Русь», зі спедефектами та вогняним шоу про події давньої української історії (висвітлювалися легенди про Олега, Андрія Первозванного та Аскольда). Загалом «Масляничний вертеп» представляв собою захоплюючий театралізований івент-захід, який містив величезний асортимент розважальної програми, призначеної для глядачів різного віку [9, с. 275].

Варто зазначити, що в Україні проводяться також івент-заходи, які здатні трансформувати свідомість значної кількості людей відразу та сприяти популяризації національної культури. Такі івент-заходи взагалі можуть вивести сприйняття івенту на новий рівень.

Одним із таких івент-заходів можна вважати «Ukrainian Fashion Week», який проходить у Києві ще з 1997 року. Цей івент-захід об'єднує велику кількість українських дизайнерів, а також залучає професіоналів світового рівня. «Ukrainian Fashion Week» є хорошою можливістю задля молодих фахівців, аби заявити Україні та світу про себе, зокрема представити свою колекцію одягу та здобути досвід. Зазначений івент-захід відіграє важливу роль для України, адже тема текстильної промисловості та креативу є досить значимою. Результати проведення Fashion Week протягом багатьох років свідчать про те, що в Україні є таланти у сфері моди, які не стоять на місці та долучаються до загальносвітового контексту [9, с. 285].

Наступним важливим івент-заходом, який впливає на популяризацію національної культури, є

міжнародний пісенний конкурс «Євробачення». З 2005 року Україна появилась на музичній мапі Європи, почала посідати місця в першій п'ятірці конкурсу. Загалом же «Євробачення» зробило досить потужний поштовх до розвитку івент-індустрії та технічного забезпечення. Цього року «Євробачення-2021» проводилося у нідерландському місті Роттердам, де Україну представив гурт Go\_A з піснею «Шум». Основою цієї пісні є однойменна обрядова гра-веснянка. Варто сказати про те, що пісня «Шум» в інтерпретації гурту Go\_A є сучасним переосмисленням архаїчної гри з елементами давнього магічного обрядодійства. Справді, багато історичних джерел вказують на те, що «Шум» (також «Зелений Шум», «Плетений Шум») є саме українською народною веснянкою, грою й танком-хороводом. Вважається, що ця гра належить до найбільш архаїчного пласту українського народного мистецтва. Інакше кажучи, це український обрядовий фольклор. Таким чином, цей івент-захід також сприяє популяризації національної культури, яка розглядається як цілісна система, яка включає в себе і фольклорно-етнографічні шари [2, с. 11].

Ще одним важливим івент-заходом, який впливає на популяризацію національної культури, є фестивалі «Leopolis Jazz Fest (Alfa Jazz Fest)» та «Atlas Weekend». Перший івент-захід представляє собою міжнародний джазовий фестиваль, який проходить у Львові з 2011 року та став однією з головних музичних подій України. Слід зазначити, що The Guardian включив цей фестиваль до списку наймузичніших фестивалів Європи. А от другий здебільшого вважають вдалою спробою задовольнити вже існуючий і створити новий попит на музичні фестивалі в Україні. Основною метою івент-заходу «Atlas Weekend» є розвивати фестивальну культуру в Україні, сприяти залученню іноземних туристів та здійснювати світову популяризацію української музики [3, с. 5].

Ну і також не можна не згадати про «Одеський кінофестиваль», який проводиться в Україні з 2010 року. Обертів він почав набирати саме в 2012-му році, оскільки перетворився на фестиваль кіно високого художнього рівня, який розрахований на широку аудиторію. Це був перший вітчизняний кінофестиваль, зроблений відповідно до всіх світових канонів. Слід зазначити, що після «Одеського кінофестивалю» планка кінофестивалів в Україні різко

піднялася, оскільки він показав всій країні світовий рівень організації подібних заходів [9, с. 331].

У світлі останніх світових подій слід розглянути окремі аспекти розвитку івент-ринку в Україні в умовах дії карантину. Кабінетом Міністрів України ще в 2020 році були прийняті постанови «Про встановлення карантину з метою запобігання поширенню на території України гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2, та етапів послаблення протиепідемічних заходів» від 20.05.2020 р. № 392 та «Про внесення змін до деяких актів Кабінету Міністрів України» від 17.06.2020 р. № 500 [14; 15]. Відповідно до зазначених урядових документів забороняється проведення масових (культурних, розважальних, спортивних, релігійних, рекламних та ін.) заходів за участю більше однієї особи на 5 м<sup>2</sup> площі будівлі або території (якщо захід проводиться на відкритому повітрі). Однією з найбільш чутливих галузей під час карантину виявилась івент-індустрія, оскільки обмежувальні заходи стали причиною скасування запланованих подій, перенесення їх на інші терміни, що різко негативно вплинуло на фінансово-економічний стан івент-бізнесу.

Однією з найяскравіших подій, яка щорічно відбувається на стадіоні, є концерт «Українська пісня». Завдяки проведенню цього заходу досягається популяризація української пісні та пошук нових яскравих особистостей — виконавців сучасної української пісні. Крім того, стадіон «Арена Львів» отримує власні доходи, надаючи локацію і послуги з організації концерту, а також забезпечуючи якісне виконання робіт у межах укладеного договору із замовниками — організаторами події, здійснює відповідне рекламування для підприємства. Під час проведення концерту також відбувається рекламування певних видів товарів і послуг — на рекламних носіях, на самій продукції (напої, кондитерські вироби тощо). Отже, одна подія, завдяки проведенню якої емоційне піднесення отримали декілька десятків тисяч глядачів, охоплює ще чотири (або більше) зацікавлені сторони, які мають різні інтереси щодо власного розвитку [11, с. 9—11]. П'ятий концерт «Українська пісня», запланований на 15.08.2020 р. на «Арені Львів», був скасований через карантинні заходи. Аналогічно скасовано або перенесено на інші терміни низку конференцій і концертів. Наприклад, перенесена конфе-

ренція UBM-2020, яка мала відбутись 21—22 березня 2020 р. Місія UBM — створити унікальне середовище нетворкінгу, де за короткий час можна отримати максимум корисних знайомств і пізнань у веденні бізнесу.

У пошуках нових видів і способів проведення подій ДП «Арена Львів» започаткувало новий проєкт — автокінотеатр, коли глядачі залишаються у своїх авто, не втрачають зв'язок з мистецтвом, але дотримуються всіх карантинних заходів. Сучасні технічні засоби комунікацій дають можливість брати участь у івент-заході без фізичної людської присутності. Наприклад, «Livestreaming» — онлайн-трансляція заходів дає змогу спостерігати за тим, що відбувається в будь-якому куточку світу з екрану власного смартфона [17, с. 56].

Звичайно, заходи в онлайн-форматі мають свою специфіку організації і багато в чому відрізняються від звичних івент-заходів в офлайн. По-перше, онлайн івент-заходи не обмежуються географією охоплення, люди можуть взяти участь, перебуваючи в будь-якій точці земної кулі. Другою особливістю є легкий вхід для учасників, їм не потрібно нікуди їхати, проходити реєстрацію, вибирати місце в аудиторії тощо. Для участі необхідно лише запустити потрібну сторінку в мережі Інтернет, при тому зробити це можливо як з мобільних пристроїв, так і з персонального комп'ютера. Проте існують і специфічні труднощі, з якими стикаються організатори онлайн івент-заходів. Основні складності пов'язані з тим, що аудиторія не бачить особи, що виступає, і з цього випливає проблема зворотного зв'язку. Чи то концерт, конференція чи виступ — їх проведення можна часто скоригувати залежно від реакції слухачів. В цьому випадку організатор не зможе відстежити моменти, в які аудиторія втомила або відволіклася. Також певну складність становить факт залежності від технічної організації. Якість інтернету, відео та аудіо безпосередньо впливає на оцінку івент-заходу з боку учасників. При проведенні онлайн івент-заходу весь інтерес спрямовується лише на поданий контент, який буде утримувати глядача перед монітором.

Що стосується видів івент-заходів, які можна організувати онлайн, то тут актуальні будь-які з них. В онлайн форматі вже активно проводяться ділові івент-заходи, внутрішні події і події для широкої аудиторії. Ділові професійні події — конференції, се-

мінари, форуми, майстер-класи, тренінги, які спрямовані на створення іміджу, репутації і формування образу експерта в своїй сфері. Внутрішні — це здебільшого корпоративні заходи. Події для широкої аудиторії — це фестивалі, концерти, свята, виставки, спрямовані на формування лояльності аудиторії та певною мірою популяризацію національної культури [4, с. 121—122.].

На загал, розмірковуючи про вибір виду і формату заходу, варто відзначити, що успішність реалізації івент-заходу в незвичному онлайн форматі залежить лише від винахідливості організаторів. Сучасні технології дають широкий спектр можливостей для втілення в життя практично будь-яких креативних задумок.

Г.В. Олексюк, І.В. Ангелко, Н.С. Самотій пишуть про те, що фахівці івент-індустрії в Україні, поряд з поширенням коронавірусної хвороби COVID-19, визначають і такі найбільш гострі проблеми галузі, як: відсутність на ринку майданчика для комунікації івент-структур (асоціація, співтовариство та ін.), недостатність кваліфікованих кадрів, зокрема випускників вищої школи, неготовність українських виробників до креативних рішень у маркетинговій діяльності, слабкий захист галузі у непередбачуваних ситуаціях [13].

**Висновки.** Проведене дослідження дало змогу нам з'ясувати роль івент-заходів в аспекті популяризації національної культури. По-перше, визначено поняття «івент-заходу». Слід зазначити, що в науковому полі думки вчених з приводу визначення цього поняття здебільшого збігаються. В широкому аспекті «івент-захід» є запланованою соціально-суспільною подією (заходом), яка відбувається в певний час, має певну мету й резонанс для суспільства. У вузькому аспекті івент-захід є тією ж подією, яка може відбуватись як розважальна чи рекламна вистава на відповідних сценах, спортивних аренах, у спеціально облаштованих залах, презентаційних майданчиках, конференц-приміщеннях та інших локаціях.

Слід зазначити, що в науковому полі є декілька критеріїв, за якими можна класифікувати усі івент-заходи, і такі класифікації дослідників різняться. Проте найбільше популярними є класифікація за розміром і масштабом проведення, та за змістом. За змістом івент-заходи поділяються на культурні,

які здебільшого охоплюють різноманіття фестивалів, спортивні та бізнес-івенти. За масштабом проведення івент-заходи поділяються на місцевого та національного значення, «Hallmark events», мега-івенти. Крім того, івент-заходи, що проводяться на території України, суттєво впливають на популяризацію національної культури. Такі івент-заходи повинні існувати та розвиватися в нашій країні, адже національна культура уособлює поєднання загальнолюдського та етнічно неповторного, національно особливого.

Також в процесі дослідження виокремлено актуальні проблеми проведення івент-заходів в Україні. Однією з них є поширення коронавірусної хвороби COVID-19. Найбільш чутливою галуззю під час карантину виявилась івент-індустрія, оскільки обмежувальні заходи стали причиною скасування запланованих подій, перенесення їх на інші терміни, що різко негативно вплинуло на фінансово-економічний стан івент-бізнесу. Проте вирішенням зазначених проблем розробка проекту автокінотеатру, згідно з яким глядачі залишаються у своїх авто, не втрачають зв'язок з мистецтвом, але дотримуються всіх карантинних заходів. Крім того, нині сучасні технічні засоби комунікації дають змогу брати участь у івент-заході без фізичної людської присутності, — спостерігати за тим, що відбувається в будь-якому куточку світу з екрану власного смартфона. Таким чином навіть в умовах пандемії івент-заходи можуть бути інструментом популяризації національної культури.

1. Андріанова Н.А. Феномен «івент» в соціальному та науковому контексті. *Порівняльно-аналітичне право*. Ужгород, 2016. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/525535.pdf> (дата звернення: 20.05.2021).
2. Буряк В. Міфологічне і фольклорне мислення у контексті свідомісної еволюції етносу. *Матеріали міжнародної наукової конференції в рамках V Міжнародного фестивалю українського фольклору «Берегиня», («Нове життя старих традицій, традиційна українська культура в сучасному мистецтві і побуті»)*. За ред. проф. В. Давидюка. Луцьк: Твердиня, 2007. С. 9—18.
3. Власов В.П. *Фольклорні витоки джазу*. Київ: Джаз, 2006. № 2. С. 5—6.
4. Воробьева Е.В. Особенности организации онлайн — мероприятия. *Вестник образовательного консорциума среднерусский университет. Серия: экономика и управление*. Тула, 2020. № 15. С. 121—122.

5. Добровольська Н.О. Розвиток національної свідомості як складової національно-культурних традицій у процесі вивчення студентами спецкурсу «Українська мова». *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*. Запоріжжя, 2008. № 33. С. 217—221.
6. Зеленська Л., Романова А. *Івент-менеджмент: словник-довідник організатора заходів*. Київ: НАК-ККІМ, 2015. 84 с.
7. Карнаух І. Івент-маркетинг в бібліотеках. *Інформаційний простір бібліотеки: польсько-український досвід: матеріали міжнар. наук.-практ. конф., 18—19 травня 2017 р.* Львів, 2017. С. 440—453. URL: [http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/42350/1/Inf-prostir-biblioteku\\_\\_2018-440-453.pdf](http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/42350/1/Inf-prostir-biblioteku__2018-440-453.pdf) (дата звернення: 20.05.2021).
8. Карпюк О.А., Сингаєвська А.О. Event-менеджмент в туристичній галузі: світовий досвід та перспективи для України. *Актуальні проблеми, сучасний стан та перспективи розвитку індустрії туризму в Україні та Польщі: матеріали дев'ятої міжнародної науково-практичної конференції*. За ред. І.В. Саух. Житомир: ЖФ КІБІТ, 2016. С. 39—42.
9. *Культурні та мистецькі студії XXI століття: науково-практичне партнерство: матеріали міжнародного симпозіуму, 6 червня 2019 р.* М-во культ. України; Нац. акад. кер. кадрів культ. і мистецтв. Київ: НАКККІМ, 2019. 403 с.
10. Мисик В.М. Концептуальна модель побудови і використання івент-менеджменту в управлінні підприємством. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»: Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку*. Львів, 2020. Вип. 2 (1). С. 29—36. DOI: <https://doi.org/10.23939/smeu2020.01.029>.
11. Нагорний Б.Г. Глобалізація та глобальна ідентичність. *Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи*. Харків, 2012. № 993. Вип. 29. С. 9—11.
12. Настояща К.В. *Функціонування культурної традиції у соціальному просторі: дис. на здобуття наук. ступеня канд. соціолог. наук: спец. 22.00.01. «Теорія та історія соціології»*. Київ, 2005. 169 с.
13. Олексюк Г.В. Івент-індустрія: розвиток та проблеми в Україні. *Регіональна економіка*. Львів, 2020. URL: [http://re.gov.ua/re202003/re202003\\_120\\_OleksyukHV,AnhelkoIV,SamotiyNS.pdf](http://re.gov.ua/re202003/re202003_120_OleksyukHV,AnhelkoIV,SamotiyNS.pdf) (дата звернення: 20.05.2021).
14. Про внесення змін до деяких актів Кабінету Міністрів України: постанова Кабінету Міністрів України від 17.06.2020 р. № 500. Урядовий портал: сайт. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npras/pro-vnesennya-zmin-do-deyakh-aktiv-kabinetu-ministriv-ukrayini-i170620-500> (дата звернення: 20.05.2021).
15. Про встановлення карантину з метою запобігання поширенню на території України гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2, та етапів послаблення протиепідемічних заходів: постанова Кабінету Міністрів України від 20.05.2020 р. № 392. Урядовий портал: сайт. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npras/pro-vstanovlennya-karantynu-z-metoyu-zapobigannya-poshirennyu-na-teritoriyi-ukrayini-gostroyi-respiratornoyi-hvorobi-covid-19-sprichinenoyi-koronavirusomsars-cov-i200520-392> (дата звернення: 20.05.2021).
16. Радіонова О.М. *Конспект лекцій з курсу «Івент-технології»* (для студентів 2-го курсу денної та заочної форм навчання напрямів підготовки 6.140101 — «Готельно-ресторанна справа», 6.140103 — «Туризм»). Харків: ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2015. 67 с.
17. Романцов А.Н. *Event-маркетинг: сутність і особливості організації: учебник*. Москва: Дашков і Ко, 2011. 116 с.
18. Сардак С.Е., Бусловська А.А. Event менеджмент в управлінні розвитку туризму. *Економіка та управління підприємствами*. Київ, 2018. Вип. 3 (14). С. 142—145.
19. Ситник Г. Національні цінності як основа прогресивного розвитку особистості, суспільства, держави. *Вісник НАДУ*. Київ, 2004. № 2. С. 369—374.
20. Сондер М. *Івент-менеджмент: організація развлекательных мероприятий. Техники, идеи, стратегии, методы*. Под общ. ред. Стрижак. Москва: Вершина, 2006. 544 с.
21. Хитрова О.А., Харитоновна Ю.Ю. Стан і тенденції розвитку івент-менеджменту в Україні. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент. зб. наук. пр.* Одеса, 2018. Вип. 30. С. 27—31.

## REFERENCES

- Andrianova, N.A. (2016). The phenomenon of «event» in the social and scientific context. *Comparative and analytical law*. Uzhhorod. Retrieved from: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/525535.pdf> (Last accessed: 20.05.2021) [in Ukrainian].
- Buryak, V., & Davydyuk, V. (Ed.). (2007). Mythological and folklore thinking in the context of conscious evolution of the ethnos. *Proceedings of the international scientific conference within the framework of the V International Festival of Ukrainian Folklore «Berehynia», («New life of old traditions, traditional Ukrainian culture in modern art and life»)* (Рр. 9—18). Lutsk: Tverdunya [in Ukrainian].
- Vlasov, V.P. (2006). *Folklore origins of jazz*. Kyiv: Jazz, 2, 5—6 [in Ukrainian].
- Vorobieva, E.V. (2020). Features of organizing online events. *Bulletin of the Educational Consortium Middle-Russian University. Series: economics and management*, 15, 121—122. Tula [in Russian].
- Dobrovolska, N.O. (2008). Development of national consciousness as a component of national-cultural traditions in the process of studying by students of a special course «Ukraini-

- an language». *Humanitarian Bulletin of the Zaporizhzhia State Engineering Academy*, 33, 217—221. Zaporizhzhia [in Ukrainian].
- Zelenskaya, L., & Romanova, A. (2015). *Event management: dictionary-handbook of event organizers*. Kyiv [in Ukrainian].
- Karnaukh, I. (2017). Event marketing in libraries. *Library information space: Polish-Ukrainian experience: materials of international scientific-practical conference, May 18—19* (Рр. 440—453). Lviv. URL: [http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/42350/1/Inf-prostir-biblioteky\\_2018-440-453.pdf](http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/42350/1/Inf-prostir-biblioteky_2018-440-453.pdf) (Last accessed: 20.05.2021) [in Ukrainian].
- Karpyuk, O.A., & Singaevskaya, A.A., & Saukh, I.V. (Ed.). (2016). Event management in the tourism industry: world experience and prospects for Ukraine. *Current issues, current status and prospects for the development of the tourism industry in Ukraine and Poland: materials of the ninth international scientific-practical conference* (Рр. 39—42). Zhytomyr [in Ukrainian].
- (2019). *Cultural and artistic studies of the XXI century: scientific and practical partnership: materials of the international symposium, June 6*. Ministry of Culture of Ukraine; National Academy of Management of Culture and Arts. Kyiv [in Ukrainian].
- Mysyk, V.M. (2020) Conceptual model of construction and use of event management in enterprise management. *Bulletin of Lviv Polytechnic National University: Management and Entrepreneurship in Ukraine: Stages of Formation and Problems of Development* (Issue 2 (1), pp. 29—36). Lviv DOI: <https://doi.org/10.23939/smeu2020.01.029> [in Ukrainian].
- Nagorny, B.G. (2012). Globalization and global identity. *Bulletin of V.N. Karazin Kharkiv National University. Sociological research of modern society: methodology, theory, methods*, 993 (Issue 29, pp. 9—11). Kharkiv [in Ukrainian].
- Present, K.V. (2005). *Functioning of cultural tradition in social space: dis. for science. degree of PhD of Sociology*. Science: special. 22.00.01. «Theory and history of sociology». Kyiv [in Ukrainian].
- Oleksyuk, G.V. (2020). Event-industry: development and problems in Ukraine. *Regional economy*. Lviv. Retrieved from: [http://re.gov.ua/re202003/re202003\\_120\\_Olek-syukHV,AnhelkoIV,SamotiyNS.pdf](http://re.gov.ua/re202003/re202003_120_Olek-syukHV,AnhelkoIV,SamotiyNS.pdf) (Last accessed: 20.05.2021) [in Ukrainian].
- (2020). On amendments to some acts of the Cabinet of Ministers of Ukraine: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine of June 17, 2020. № 500. Government portal: website. Retrieved from: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-vnesennya-zmin-do-deyakih-aktiv-kabinetu-ministriv-ukrayini-i170620-500> (Last accessed: 20.05.2021) [in Ukrainian].
- (2020). On establishing quarantine in order to prevent the spread of acute respiratory disease COVID-19 caused by coronavirus SARS-CoV-2 in Ukraine, and stages of mitigation of anti-epidemic measures: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine of May 20, 2020. № 392. Government portal: website. Retrieved from: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-vstanovlennya-karantynu-z-metoyu-zapobigannyaposhirennnyu-na-teritoriyi-ukrayini-gostroyi-respiratornoyi-hvorobi-covid-19-sprichinenoyi-korocovirusoms-i200520-392> (Last accessed: 20.05.2021) [in Ukrainian].
- Radionova, O.M. (2015). *Synopsis of lectures on the course «Event Technology»* (for 2nd year full-time and part-time students of training areas 6.140101 — «Hotel and restaurant business», 6.140103 — «Tourism»). Kharkiv: KhNUMG O.M. Beketova [in Ukrainian].
- Romantsov, A.N. (2011). *Event-marketing: the essence and features of the organization: a textbook*. Moscow: Dashkov and Co [in Russian].
- Sardak, S.E., & Buslovskaya, A.A. (2018). Event management in the management of tourism development. *Economics and business management* (Issue 3 (14), pp. 142—145). Kyiv [in Ukrainian].
- Sytnyk, G. (2004). National values as the basis of progressive development of the individual, society, state. *Bulletin of NAPA*, 2, 369—374. Kyiv [in Ukrainian].
- Sonder, M., & Stryzhak (Ed.). (2006). *Event management: organization of entertainment events. Techniques, ideas, strategies, methods. Under common*. Moscow: Verzhina [in Russian].
- Khitrova, O.A., & Kharitonova, Y.Y. (2018). Status and trends in event management in Ukraine. *Scientific Bulletin of the International Humanities University. Series: Economics and Management* (Issue 30, pp. 27—31). Odesa [in Ukrainian].